



## Schweiz-niederländisches Finale beim BMW Welt Jazz Award 2014

Schweiz-niederländisches Finale beim BMW Welt Jazz Award 2014  
BMW Welt Jazz Award. Alle Medien anzeigen  
München. Die Jury des BMW Welt Jazz Award hat entschieden: Das Schweizer Sextett "Hildegard Lernt Fliegen" und das niederländische Trio "Tin Men and the Telephone" sind die Finalisten des sechsten BMW Welt Jazz Award. Am 3. Mai 2014 treten die beiden Ensembles, die durch ihre Interpretationen des diesjährigen Mottos "Sense of Humour" die Experten überzeugen konnten, beim großen Abschlusskonzert um 19:00 Uhr im Auditorium der BMW Welt in einen musikalischen Wettstreit. Das Siegerensemble erhält neben der renommierten Auszeichnung ein Preisgeld in Höhe von 10.000 Euro; der zweite Platz ist mit 5.000 Euro dotiert. Zudem wird der Publikumspreis vergeben. Insgesamt sechs herausragende internationale Jazz-Formationen haben sich seit Januar 2014 in den kostenfreien Sonntagsmatineen präsentiert. Lange Schlangen vor Beginn der Matineen zeigten die Qualität der Ensembles und das Renommee der mittlerweile sechsten Auflage des BMW Welt Jazz Award.  
Hildegard Lernt Fliegen - Schweiz  
Breit aufgestellt in Instrumentierung, Ausdruck, Stil: Das ist das Schweizer Sextett um Vokalist Andreas Schaefer. Der Mitgründer der Berner Jazzwerkstatt ist ein echtes Stimmtalent und beherrscht von Beatboxing bis Opernkoloratur jede Art von Lautmalerei. Das Ensemble - neben Schaefer sind dies die Bläser Andreas Tschopp, Benedikt Reising und Matthias Wenger, Bassist Marco Müller und Schlagzeuger Christoph Steiner - überzeugt nicht nur durch seinen besonderen Schweizer Humor. Die Musiker vereinen komplexe Improvisationen und musikalische Fragmente zu harmonischen Kompositionen und wurden hierfür vielfach ausgezeichnet.  
Tin Men and the Telephone - Niederlande  
Das niederländische Trio gehört zu den unkonventionellsten Newcomern der Jazz-Szene. Pianist Tony Roe, Bassist Lucas Dols und Schlagzeuger Bobby Petrov bezeichnen sich selbst "als Jazzklaviertrio getarnte[r] Abrissstrupp". Von Klassik und Jazz, über Hip-Hop und Balkanbeats bis hin zu Alltagsgeräuschen und Tierstimmen - die eigenwilligen Kompositionen der Musiker überschreiten bisher bekannte Grenzen des Jazz. Unterlegt mit Projektionen und multimedialen Elementen werden die Zuhörer Teil der audiovisuellen Performance und gestalten das Konzert selbst mit. Dazu sollten die Zuhörer unbedingt ihre Smartphones mitbringen.  
Die Jury setzt sich aus anerkannten Jazz-Experten zusammen: Oliver Hochkeppel (Musik- und Kulturjournalist der Süddeutschen Zeitung), Roland Spiegel (Musikredakteur mit Schwerpunkt Jazz beim Bayerischen Rundfunk, BR-KLASSIK), Andreas Kolb (Chefredakteur "Jazzzeitung" und "neue musikzeitung"), Heike Lies (Musikwissenschaftlerin, Bereich Musik und Musiktheater, im Kulturreferat der Landeshauptstadt München) und Christiane Böhnke-Geisse (Künstlerische Leitung Jazzclub Unterfahrt, München) entscheiden über den diesjährigen Sieger des BMW Welt Jazz Award.  
Durch das Programm des Abschlusskonzertes wird Beate Sampson, Jazz-Expertin und Redakteurin beim Bayerischen Rundfunk führen. Den von BMW Design entworfenen Wettbewerbspokal überreichen Dr. Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG, und Dr. Hans-Georg Küppers, Kulturreferent der Landeshauptstadt München. Das von den Zuhörern in den sechs Matineen favorisierte Ensemble wird mit dem von Schloss Elmau gestifteten Publikumspreis ausgezeichnet. Dieser beinhaltet einen exklusiven Aufenthalt und einen Auftritt vor ausgewählten Gästen auf Schloss Elmau.  
Das Abschlusskonzert findet am 3. Mai 2014 um 19:00 Uhr im Auditorium der BMW Welt statt. Nur noch wenige Karten sind in der BMW Welt oder bei München Ticket ( [www.muenchenticket.de](http://www.muenchenticket.de) ) erhältlich.  
Als Partner unterstützen auch in diesem Jahr wieder BR-KLASSIK, die Jazzzeitung, das Kaufhaus Beck, Schloss Elmau und das Kulturreferat der Landeshauptstadt München den BMW Welt Jazz Award.  
Bildmaterial erhalten Sie im BMW PressClub  
Reiter: "Photo", Stichwort BMW Welt Jazz Award ( [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) )  
und via LoeschHundLepold Kommunikation GmbH  
im Auftrag der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit BMW Welt  
Telefon: +49-89-720187-10  
E-Mail: [bmw-welt@lhk.de](mailto:bmw-welt@lhk.de)  
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:  
Dr. Thomas Girst  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kulturengagement  
Telefon: +49-89-382-24753  
Leonie Laskowski  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Kulturengagement  
Telefon: +49-89-382-45382  
Daria Gotto-Nikitina  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Presse Sprecherin Marketing und BMW Welt  
Telefon: +49-89-382-60340  
Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) , E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)  
Rückfragen zum Veranstaltungsprogramm in der BMW Welt richten Sie bitte an  
Gabriele Weber, Leitung Markenerlebnis in der BMW Welt  
Telefon: +49-89-382-57521  
Das kulturelle Engagement der BMW Group  
Seit mehr als 40 Jahren ist die internationale Kulturförderung der BMW Group mit inzwischen über 100 Projekten weltweit essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst sowie in klassischer Musik, Jazz, Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturengagement erachtet die BMW Group die absolute Freiheit des kreativen Potentials als selbstverständlich - denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.  
Weitere Informationen: [www.bmwgroup.com/kultur](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick)  
BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.  
Mit 2,9 Millionen Besuchern in 2013 ist die BMW Welt in München die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group - BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung des Neufahrzeugs sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Egal ob Jazz-Konzert, Clubbing, Filmpremiere, Gala-Event oder Podiumsdiskussion - die BMW Welt bietet innovativen Veranstaltungen eine ideale Plattform. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit.  
Die BMW Group  
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.  
Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1.963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.  
Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

## Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

## **Firmenkontakt**

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.